

# The Study on Competitive Strategy of Confiture Industry in Taiwan- Take an Example of Yuanlin Area

劉永堯、羅世輝

E-mail: 9608336@mail.dyu.edu.tw

## ABSTRACT

Preserves, one time was one of Taiwan's important industries, leading Taiwan's economy development. Only a short time ago, changes of environment, confronting customer's changeable heart, and China's low-price competition, taking away market, and falling into bottleneck, lose its glory. In order to gain glory back, become just as pineapple cake, sun cake are a token of typical Taiwan souvenir. Let customer regain traditional feeling towards preserves, and promote wholly development of Taiwan's preserves industry. This research was through current analysis of Yunglin area case company's competition strategy, discuss how to promote wholly development of yunglin preserves industry. Conclusion as follows: 1. Preserves industry have to improve production hygiene condition, to lift transparency of production process. 2. Preserves industry can combine other delicate industry together, to turn tradition snacks image. 3. Product have to match concept of diversity. Health. Healthy-living. Delicacy, unique. 4. Make use of selling, strengthen brand's popularity and image, and get production identity. 5. Analyze structure of consumption population, and consumption situation, adjust demands. 6. Analyze the decreasing reason of factories and material cultivation area, seeking government's guidance and assist. 7. Recommend government open doors to imports of China's material, and sponsor farmer's cost of material. 8. Use high quality. High hygiene standard, to grab Chinese people society, and survey Westerner's taste, and specialty of preserves products, counter-attack western market. 9. Combine the blooming medical treatment with bio-tech science together to produce larger benefit. 10. Seeking industry alliance, through operation, co-operation, mutual aid between industries, create win-win situation. 11. Use Blue-sea strategy as wholly development of preserves industry. Explore more space, possibility.

Keywords: preserves industry; preserves; plum; competition strategy

## Table of Contents

中文摘要.....	iii	英文摘要.....	v	誌謝辭.....	vii	內容目錄.....	viii
緒論.....	1	第一節 研究動機.....	1	第二節 研究目的.....	2	第三節 論文綱要.....	4
臺灣蜜餞產業相關文獻.....	7	第四節 研究流程.....	5	第二章 理論與文獻探討.....	7	第一節 臺灣蜜餞產業相關文獻.....	7
研究方法之選用.....	38	第二節 產業競爭策略的探討.....	19	第三章 研究方法.....	38	第二節 臺灣蜜餞產業之發展歷史.....	49
資料來源與收集.....	42	第三節 研究架構.....	40	第一節 個案公司之適用性與概況.....	41	第三節 臺灣蜜餞產業之現況.....	51
資料分析.....	44	第四節 個案公司之適用性與概況.....	41	第二節 大陽食品工業股份有限公司之現況分析與研究.....	60	第五章 個案研究.....	57
臺灣蜜餞產業分析.....	46	第五節 資料分析.....	44	第三節 提升員林蜜餞產業整體發展之建議..	66	第一節 員林蜜餞產業之現況分析與研究....	57
蜜餞的基本概念.....	46	第六章 結論與建議.....	72	第四節 臺灣蜜餞產業之未來展望.....	68	第二節 大陽食品工業股份有限公司之現況分析與研究.....	60
臺灣蜜餞產業之發展歷史.....	49	第一節 研究結果.....	72	第六章 結論與建議.....	72	第三節 臺灣蜜餞產業之現況.....	51
臺灣蜜餞產業之現況.....	51	第二節 後續研究方向建議.....	74	第一節 研究結果.....	72	第六章 結論與建議.....	72
個案研究.....	57	參考文獻.....	75	第二節 後續研究方向建議.....	74	第一節 研究結果.....	72
員林蜜餞產業之現況分析與研究....	57			第二節 後續研究方向建議.....	74	第二節 後續研究方向建議.....	74
大陽食品工業股份有限公司之現況分析與研究.....	60						
提升員林蜜餞產業整體發展之建議..	66						
臺灣蜜餞產業之未來展望.....	68						
結論與建議.....	72						
研究結果.....	72						
後續研究方向建議.....	74						
參考文獻.....	75						

## REFERENCES

一、中文部份 Charles W. L. Hill & Gareth R. Jones (1999), 策略管理(第四版), 黃營杉譯, 臺北:華泰文化事業股份有限公司。 Michael A. Hitt, R. Duane Ireland & Robert E. Hoskisson (2001), 策略管理(第二版), 吳淑華譯, 臺中:滄海書局。 Pankaj Ghemawat (2002), 經營策略與企業宏景, 傅治天, 林修葳, 李亦秦編譯, 臺北:華泰文化事業股份有限公司。 Robert K. Yin (2001), 個案研究, 尚榮安譯, 臺北:弘智文化。 王家仁(1984), 蜜餞加工原理, 食品工業, 15(9)第17-21頁, 食品工業發展研究所。 王素鸞(2005), 地方特色產業應有完整規劃, 臺商電子報 中華經濟研究院。 朱博湧主編, 藍海策略臺灣版 15個開創新市場的成功故事, 臺北:天下遠見出版股份有限公司。 江榮俊(2004), 產品創新、新產品類型與組織網絡運用研究 - 以速食麵產業為例, 大葉大學事業經營研究所碩士論文。 吳靜茹(2005), 市售蜜餞衛生品質之調查及其降低梅蜜餞添加物使用之加工條件探討, 國立嘉義大學食品科學系研究所碩士論文。 巫彬良(2004), 臺灣速食

麵產業分析與競爭策略 - 進入與阻絕策略之探討，大葉大學事業經營研究所碩士論文。林欣榜(1995)，梅子加工技術之改進，農特產品加工研討會專刊(第56號)第319-324頁，臺中:行政院農委會試驗所。林國華(2004)，城鄉發展的策略規劃 - 彰化縣田尾鄉的個案探討，逢甲大學公共政策研究所碩士論文。林啟淵(2000)，臺灣青梅運銷通路概況，國立中正大學經濟系，行政院農業委員會委託計畫。松本紘齊(2003)，青梅精驚人的16大效用，廖梅珠譯，臺北:青春出版社。金偉燦(W.Chan Kim)、莫伯尼(Renee Mauborgne) (2005)，藍海策略開創無人競爭的市場，黃秀媛譯，臺北:天下遠見出版股份有限公司。馬保之(1983)，蜜餞工業努力之方向，《食品工業》15(9)第5頁，食品工業發展研究所。張世宜(1995)，梅、李蜜餞新式加工方法之研究，私立大葉工學院食品工程研究所碩士論文。張永欣(1995)，農特產品加工之輔導及展望，農特產品加工研討會專刊(第56號)，第1-4頁，臺中:行政院農委會試驗所。張信彰(1986)，梅是天然健康食品，食品工業，18(3)第43-48頁，食品工業發展研究所。張碧霞(2006)，番仔崙的鹹酸甜，彰化:彰化縣文化局。曹武賀主編(2001)，阿公的林仔街，彰化:彰化縣綠色資源人文保育協會。陳玉麟(2001)，臺灣鋼鐵產業網絡 - 不銹鋼之生產與行銷策略，國立中山大學管理學院高階經營碩士班碩士論文。陳首全(2007)，臺灣速食麵產業通路策略之探討 - 以統一公司及維力公司為例，大葉大學事業經營研究所碩士班碩士論文。黃永助(2004)，「彰化國家花卉園區」之成立對提升彰化花卉產業競爭力之研究，大葉大學國際企業管理學系碩士班碩士論文。趙傳銘主編(1997)，臺灣省精緻園特產品專輯 - 梅子推廣專輯，南投:南投縣農會。劉慧瑛，林子清主編(1995)，農特產品加工研討會專刊(第56號)，臺中:行政院農委會試驗所。戴登燦(2000)，青梅之產銷結構調整，臺灣地區重要農產品產銷研討會專集，第83-100頁，臺北:行政院農業委員會。戴肇洋(1999)，區域性小企業發展及政府相關支援政策之研究，臺北:經濟部中小企業處。謝安田(1998)，企業研究方法論，臺北:中國文化大學商學院。